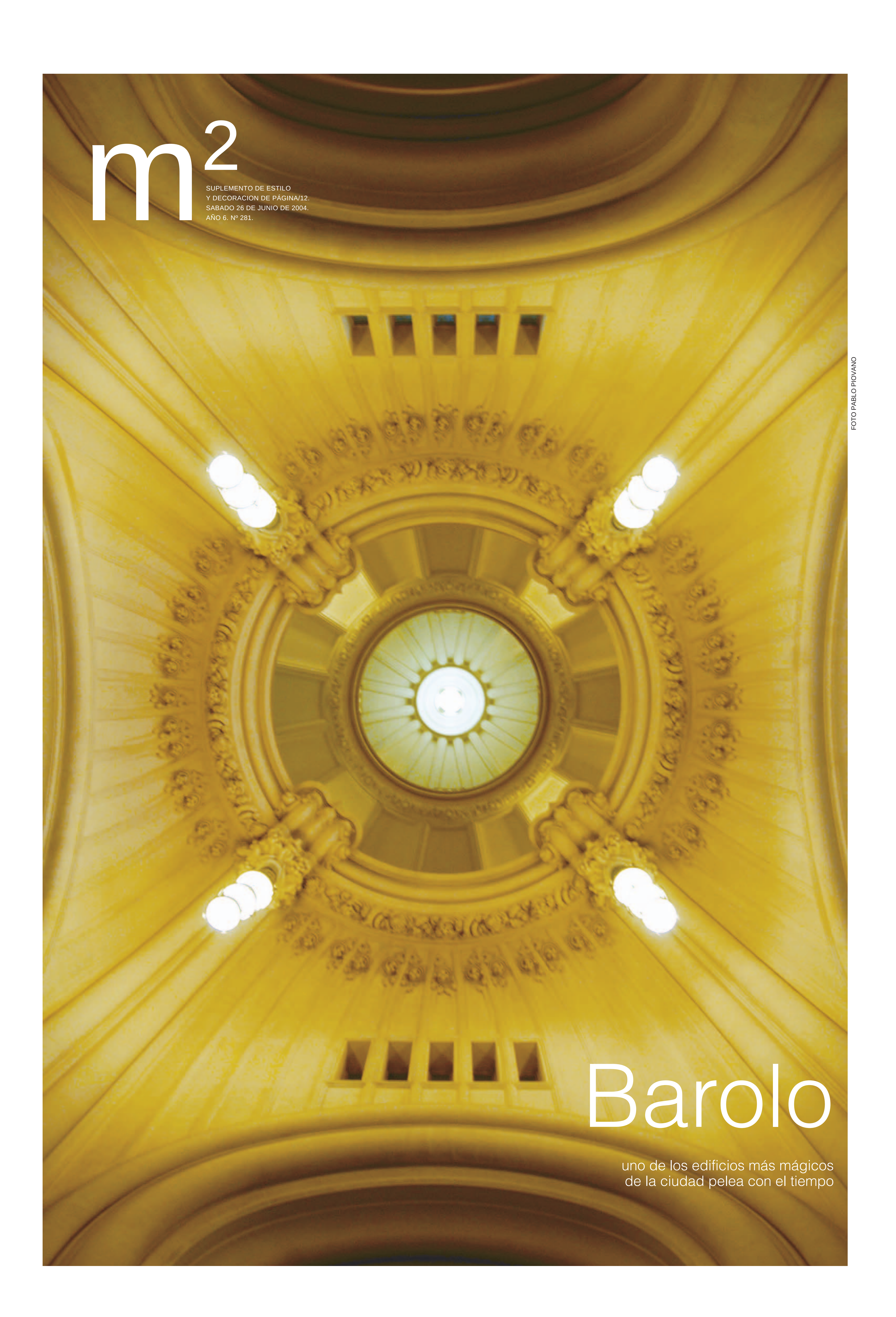

m²
SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PÁGINA/12.
SABADO 26 DE JUNIO DE 2004.
AÑO 6. Nº 281.
FOTO PABLO PIOVANO
Barolo
uno de los edificios más mágicos
de la ciudad pelea con el tiempo



Sorpresa, de Juan Manuel Vapore, afiche premiado.

Más afiches

POR MATÍAS GIGLI

¿Puede una imagen y un par de palabras detener a un apurado transeúnte de nuestra ciudad y lograr transmitir un concepto en un corto segundo? Si bien es un ambicioso proyecto, los afiches representan aún el afán de cumplir con ese notable proyecto. Son piezas gráficas previas al mundo de la imagen cinematográfica, la televisiva y ni qué hablar de la computarizada. Sin embargo, un papel pegado en la ciudad es un soporte vigente, como queda demostrado por la sobresaturación de nuestras ciudades en materia de papeles pegados, que cada día se pegan de nuevo y cada día tapan otros tantos.

En principio es importante que el observador descifre si se trata de una oferta comercial con el interés de imponer una marca o un producto, o si la idea es transmitir un concepto de otra naturaleza. Desde la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, se convocó a un concurso nacional de diseño de afiches: la idea es reforzar y mantener presentes temas de interés social tales como los jóvenes, el sida, la salud sexual y las adicciones.

La serie de afiches recientemente premiados refleja con humor, ingenio y hasta sarcasmo los temas convocados por la secretaría, tan trillados como vigentes: los hábitos sociales de riesgo y contagio, situaciones de discriminación vinculadas a padecimientos, la prevención de embarazos no deseados, la procreación responsable y los hábitos tendientes al cuidado de la salud sexual, la prevención del tabaquismo, el alcoholismo y las drogas. A pesar de lo convencional de la propuesta, los trabajos mostraron una cuota de ingenio interesante.

Los ganadores fueron: en la categoría "Salud Sexual" Juan Manuel Vapore, Gustavo Mennicillo y Daniela Masonien (foto); en "Adiciones" Laura Fava, Martín Lehman, Paula Matiasevich y Virginia Suaya; y en "HIV-SIDA" Marcos Alvarez Igarzábal, Leandro Mauriño y Alfredo Hunt.

Este concurso se juró en la Universidad Nacional de San Juan y todos los premiados se pueden ver en la página *www.ses.me.gov.ar/bienestar*■

El símbolo que vuelve

Cargado de signos, marcado por el Dante y su Comedia, ejemplo puro de una arquitectura que lo tenía todo –fantasía, asertividad, altanería–, el edificio Barolo está volviendo del maltrato y la decadencia. Una aventura que recién empieza y que por ahora es interior.

POR SERGIO KIERNAN

Hubo tiempos no tan lejanos en que el edificio Barolo daba ganas de llorar. Roto, cachuzo y abandonado, tapado por un edificio-basura que lote por medio sólo sirvió para llenarle los bolsillos a alguien y para taparle su gloriosa perspectiva, el Barolo sólo mantenía intacta su función de símbolo. Fue, en su momento, una joya altanera que gritaba que una burguesía industrial había "llegado". Era, en este siglo 21 tristón, como esas viejas fotos de familia que mostraban un buen pasar gastado y venido a menos, con nietos burros donde hubo águilas. Arriesguemos que el Barolo sigue siendo símbolo, esta vez del trabajo hormiga de cuidar, recuperar y preservar lo que es nuestro y es bueno. Es que el edificio está siendo restaurado con todos los tropezones de la crisis por un grupo de gente que se toma el tema como una patriada, con cariño y con rigor.

La aventura de restaurar este enorme edificio comenzó en 1999, cuando se hicieron los estudios y se llamó a concurso para la primerísima etapa. Hubo el largo trámite de aprobación de la ciudad y la Comisión de Monumentos Históricos –el Barolo es un predio realmente protegido– y la adjudicación de la obra al estudio Alric-Galíndez, mientras se reunía la nada desdeñable cifra necesaria para arrancar. La obra arrancó en octubre de 2001 y fue paralizada casi de inmediato, cuando todos los fondos quedaron petrificados en el corralito de noviembre de ese año.

Lo que se alcanzó a hacer fue la remoción de los cierres parciales de las dos entradas al célebre Pasaje, que hasta ahora concentró la mayoría del trabajo. Hasta hace un par de años, los grandes arcos del Barolo estaban cerrados por ladrillerías de vidrio apoyadas en gruesas vigas de hormigón, producto de una reforma de los años cuarenta o cincuenta. Hoy se ven dos discretas estructuras de perfilería metálica que apenas tocan la mampostería y sostienen un cerramiento de vidrio sin perfilería perimetral, lo que permite ver las graciosas molduras y texturados de los arcos.



Pero mientras el dinero del consorcio dormía en el banco, los usuarios tuvieron las experiencia del Pasaje (o Galería como se llamaba originalmente) en su estado original, sin cierres. La experiencia resultó fría, con sudestadas que hacían entrar la lluvia hasta a los ascensores, palomas y hasta motoqueros que cortaban camino de la Avenida de Mayo a Yrigoyen. Sólo el año pasado se pudieron poner los vidrios y las puertas, y el Barolo logró una temperatura razonable.

Le siguieron los trabajos de recuperación de ese gran ámbito cribado de simbolismos. El Barolo es un edificio de oficinas y también una cifra cabalística sobre la *Comedia* del Dante, con dragones custodiando el infierno y cóndores marcando el ascenso hacia el cielo, simbolizado por la bella cúpula interior *(ver foto de tapa)*. Tanta imaginación, expresada en lujo y belleza, mostraba el descanso y el paso del tiempo. Ahora, con los símil piedra y los granitos limpios, los estucos brillando, las lámparas en funcionamiento y los motivos escultóricos restaurados por el estudio Escurra, el pasaje vuelve a ser un ámbito único. Cada dragón y cada cóndor tiene ahora el discreto brillo de sus bronces venecianos, oscuros y duros, y las lámparas colgantes volvieron a ser de hierro negro y lucen limpias sus tulipas originales. Elevar la vista hacia la cúpula central del gran hall recompensa con la visión de elevación que se intentó originalmente.

El hall está flanqueado por dos locales que van de calle a calle. Uno, que perteneció largamente a la agencia Saporiti, está intacto y vacío. Pertenece a vaya a saberse qué dependencia estatal, que no lo usa ni deja que lo usen. El otro está siendo recuperado con el bienvenido proyecto de un bar y restaurante, algo que le da vida a una galería-pasaje. Por desgracia, el Banco de Boston arrasó con bronces y hasta con las increíbles puertas de vidrios curvados, para mantener su descartable identidad corporativa. Luego se mudó y dejó el lugar arruinado. Quien use el Barolo encontrará muchos detalles casi olvidados. Por ejemplo, las ascensores ya no tienen los techos cubiertos con chapas y muestran mucho bronce lustrado. Varios de los 164 baños del edificio ya no tienen los vidrios pintados, lo que significa que se está recuperando el peculiar juego de luces por el que los ascensores iluminaban los baños que a su vez iluminaban los pasillos de circulación. Para los más esforzados, está la subida a la maravillosa torre, lo que implica dos ascensores y una peliaguda escalera en caracol. La recompensa es la vista increíble de la ciudad porteña y, nada menos, poder entrar a Dios.

Es el último simbolismo: como explica el héroe de esta historia, Roberto Campbell, administrador del Barolo, el edificio termina en un faro potentísimo que simboliza la divinidad que ilumina. Metáfora final, Dios estaba por caerse a puro hierro podrido y sin mantenimiento, y ahora recuperó su continente terrestre, una caja etérea de vidrios que da la ilusión inquietante de estar volando.■

El gran hall con su cerramiento no intrusivo y las lámparas originales. Abajo, detalles de las escaleras, los formidables ascensores restaurados y uno de los muchos ornamentos en bronce veneciano, el mismo del dragón de arriba.







Una historia del edificio que construyó Barolo

POR NICOLÁS FRATARELLI *

Con su fuerte individualidad expresada en el movimiento de su fachada, la masa de sus balcones, sus volúmenes salientes, la presencia de formas curvas, el predominio del lleno sobre el vacío y su estilo inclasificable, el Pasaje Barolo es parte del tejido urbano. Es un hito que se mimetiza con el conjunto, un Palacio que se abre a la ciudad.

Símbolo del capitalismo incipiente de aquellos días en que Alvear era presidente y la Argentina granero del mundo, su gran puerta invita a los peatones a atravesarlo. El pasaje, que une Avenida de Mayo con Hipólito Yrigoyen, lleva a sus visitantes a recorrer la galería comercial de su planta baja y a admirar parte del interior que actúa para afuera.

Más allá de ciertas reglas clásicas de composición para diseñar la planta del edificio, como por ejemplo el uso del número de oro y de la sección áurea, el Palacio Barolo es reconocido como uno de los iconos de la primera modernidad. Desde su inauguración en 1923, con 103 metros de altura, hasta la llegada en 1935 del Kavanagh (Sánchez-Lagos-De La Torre) con 120, fue el edificio más alto de la ciudad, superando el primer rascacielos porteño, la Galería Güemes (Francisco Gianotti), por 16 metros.

Su provocadora altura manifiesta la locuacidad del poder, porque desde el primer momento en que Mario Palanti (1885-1968), arquitecto milanés, se puso a las órdenes del empresario textil Luis Barolo, también italiano, se aprestó a crear el edificio más importante de la ciudad y a mostrar el peso económico de quien era dueño de la primera hilandería de lana peinada del país y de grandes extensiones algodoneras en el Chaco argentino.

Palanti, admirador de Dante Alighieri y estudioso de la *Divina Comedia*, dotó al edificio de numerosas referencias metafóricas y alusiones textuales de la gran obra literaria del artista florentino. A las tres franjas verticales que componen la fachada (una central que marca la torre y enfatiza su altura, y dos laterales que se toman el resto de la ciudad), le incorpora tres niveles horizontales, donde los principios de la arquitectura clásica de basamento, desarrollo y remate, se asemejan con los de la composición de la *Divina Comedia*: Infierno, Purgatorio y Paraíso.

Así es como, por ejemplo, en la planta baja, en el pasaje, allí en el *infierno*, cerca del pecado, vigilan el paso de los peatones unas ménsulas con formas de dragón que salen amenazantes desde las paredes laterales. O como en la parte superior de la torre, en el *paraíso*, cerca de la virtud, recortado en el cielo, se encuentra, como remate volumétrico del edificio, la representación de los 9 coros angelicales.

Más cerca de la tierra, alejado de Beatriz, cosido por un gran espacio vertical interno que los unifica, los tres primeros pisos se encontraban destinados a la residencia del mismísimo Luis Barolo, el resto era un sublime edificio de oficinas. Sus 22 pisos que se posan sobre grandes pies que lo sostienen estructural y visualmente, rematan en una estupenda cúpula que en su parte superior incluye un faro con todas las connotaciones simbólicas que por sí mismo tiene este elemento, como guía, como señal, como antorcha que muestra caminos, como linterna que informa sobre acontecimientos deportivos.

La singularidad del Palacio Barolo se nota en cada rincón. Mario Palanti se abocó a diseñar cada parte del edificio, proyectando desde los ascensores hasta las manijas de las puertas. Dejando así estampada su firma en cada fragmento de su creación, como lo fue haciendo en sus otras obras: el Hotel Castelar, el Cine Roca, el Banco Francés-Italiano, entre otras, y también en Montevideo con el Palacio Salvo, un clon del Barolo.■

* *Arquitecto y docente.*

CAL Y ARENA

Patrimonio francés
Hasta el 31 de julio puede visitarse la exposición “Los patrimonios de la arquitectura del siglo XX en Francia”, en el Museo de Arquitectura de la Torre de Agua, Libertador y Callao, todos los días de 14 a 20.

Tres concursos
Hasta el 30 de julio sigue abierto el concurso de diseño de la empresa israelí de acondicionadores de aire Electra para las carcasas de sus equipos. Los interesados deberán crear diseños propios sobre un equipo Wall Mounted Multiflow. Informes en *www.electra.arqa.com* y *www.electra.arqa.com.* Hasta el 29 de julio se puede participar del concurso nacional de anteproyectos “199 Viviendas en terrenos de la Cooperativa Eléctrica de Consumo y Vivienda Ltd. de Trelew”, en Chubut. Las bases cuestan 80 pesos más 20 por gastos de envío y pueden consultarse en la biblioteca de la SCA. Hasta el 10 de agosto se puede participar en el concurso para la ampliación de Económicas en Córdoba 2121. Bases en *www.fadu.uba.ar/concursos.* Hay tres premios –de 15 mil, 10 mil y 8 mil pesos– y menciones honoríficas.

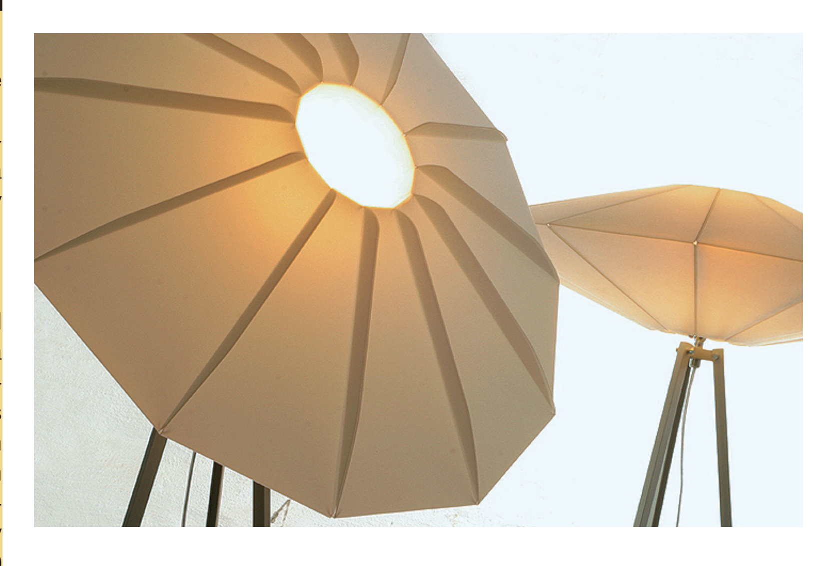
Tartakover
La Secretaría de Cultura porteña y la FADU organizan el evento “Usted está aquí”, que tiene como invitado especial al diseñador gráfico israelí David Tartakover. En el coloquio, Tartakover hablará sobre las tres áreas principales de su trabajo: diseño de comunicación sobre temas culturales, investigación y documentación sobre diseño gráfico israelí, y trabajo político focalizado en afiches sobre el conflicto israelí-palestino. Hasta el 18 de julio, de martes a domingos, de 14 a 20. Acceso libre y gratuito. Espacio Casa de la Cultura, Avenida de Mayo 575.

Premio KnaufHaus
Está abierto el Premio KnaufHaus, organizado por Yesos Knauf Argentina. El tema de este concurso para arquitectos es un proyecto de vivienda para toda la vida que utilice el sistema Knauf. El 28 de junio a las 19.30 se realiza en la SCA la segunda reunión para que los interesados dialoguen con un asesor y se informen sobre las resoluciones técnicas del sistema. El concurso tiene dos premios de 5 mil y 2 mil pesos, cierra el 7 de julio y tiene un costo de 10 pesos. Informes en *www.knauf.com.ar*

Concurso de diseño
El Centro de Estudios de la SCA y el Centro de Estudio de Diseño Universal lanzaron una convocatoria para seleccionar dos equipos que los representen en el Curso/con /Curso “Design for the 21st Century III”. El concurso es parte de la conferencia internacional del mismo nombre que se desarrollará en Río de Janeiro a fin de año. La convocatoria es para equipos interdisciplinarios de estudiantes de diseño y el objetivo es crear un Centro Comunitario que cumpla sus fines prácticos y mejore la calidad de vida del usuario. Informes en la SCA.

CON NOMBRE PROPIO

Con el ego en la luz



POR LUJAN CAMBARIERE

Diciembre de 1999: Roberto Acosta Gómez, Eduardo Bartolomeo y Alejandro Postigo terminaban la carrera de Diseño Industrial en Córdoba y las perspectivas de entrar a una empresa no eran nada promisorias. Con una industria nacional inexistente y una invasión de productos importados, aparentemente poco tenían para ofrecer estos flamantes egresados. Con lo que sí contaban era con infinitas noches en vela en común, dibujando para alguna entrega y sobre todo con una fuerte amistad fundada en anhelos que sin querer les marcaron el rumbo hacia el camino de la autoproducción. “Fabricar algo con nuestra propia marca fue la primera meta a alcanzar”, cuenta Acosta Gómez.

Así nació la etiqueta Ego Design. Con la mira en el diseño de productos de iluminación abordados desde el diseño y fundamentalmente desde la creación de un material propio, el Difolam, que ostentan desde hace cuatro años y con el que hoy fabrican 1600 lámparas por semana de entre más de cien modelos distintos, de Córdoba para el mercado interno y el mundo.

Diseño luz

“Al principio el objetivo que nos pusimos era dar una alternativa estética a la oferta que había. En ese entonces, las casas de iluminación contaban con muchos productos importados y casi ninguna opción de factura local”, cuenta Acosta Gómez. Así, pusieron quince pesos cada uno para los materiales e hicieron tres lámparas de pie con distintas pantallas.

“Tres versiones distintas de la que apodamos luminaria Arpa, de pantalla perlada, pie de aluminio y sin tornillos a la vista. Un sistema artesanal que parecía industrial para un producto de vanguardia”, señala. Las ofrecieron en el negocio de decoración más importante de la ciudad, lo que les sirvió de pantalla y se fue armando la rueda. Con la ganancia de esas tres hicieron nueve más y así continuaron.

“Estuvimos un año y medio haciendo el aguante sin sacar un peso. Con lo que ingresaba, hacíamos más lámparas. Primero tomamos el garaje de mi casa, después alquilamos un salón, pero siempre pensando en la meta de la fábrica y sobre todo con el objetivo de desarrollar nuestro propio material, lo que daría una identidad aun mayor a nuestro trabajo”, suma Acosta Gómez.

Difolam es el material plástico-vitroso utilizado como pantalla difusora al que arribaron. Un polímero desarrollado y producido por ellos, resistente al calor (150 grados), lavable, flexible, sin estática, difusor de luz, traslúcido, con filtro de rayos UV, apariencia de vidrio esmerilado, inalterable en el tiempo y reciclable.

También se preocuparon por diseñar componentes transparentes: un cable cristal, interruptor y enchufe. Y por crear diseños originales. Así llegarían las distintas líneas cilíndricas, los conos, las cuadradas. Algunas de las vedettes de este trío de varones como la lámpara Hélice, según ellos una escultura lumínica que representa el viento en ascenso o la Marea, “ondulantes olas de luz que bañan los ambientes”, según dicen. Los encargos son de numerosas empresas, y sobre todo de bares y restaurantes ávidos de ambientar sus espacios con apuestas contemporáneas.





Versión 2004

Hoy, las nuevas líneas de Ego Design pasan por los cubos para apoyar directamente en el piso o colgar. Los prismas de colgar o como apliques. Y sobre todo, una nueva línea bautizada Ovo con la que apuestan a la tridimensión en lámparas de pie, colgar y en apliques. ¿Otras de las preferidas del team? La Capullo y la Plato. “El camino de la autoproducción es complicado. Tenés miles de condicionantes. Nuestra meta fue siempre tener una fábrica y hoy de a poco lo estamos logrando. El próximo paso es incursionar en mobiliario y ediciones limitadas. Nosotros tenemos un ego constructivo y creativo. Intentamos reinventar el ego argentino positivo para desde nuestro país, con materiales, mano de obra y diseño local, apuntar a una marca global”, remata Acosta Gómez.

Ego Design: 0351-482-2582
www.egodesign.com.ar
info@egodesign.com.ar

Un curso con los maestros

Mucha gente ama las alfombras, no tanta ama los tapices, algunos entienden su historia y la endiabladamente compleja trama de trabajos que los hace existir. Para los que quieran aprender más del tema, Ohan y Alex Kalpakian van a dar un curso de cuatro clases en agosto sobre alfombras y tapices hechos a mano. Los Kalpakian, padre e hijo, son una dinastía dedicada al tema y tienen un muy especializado taller de restauración en la trastienda de Aubusson, su espacio en la calle Montevideo.

El seminario se dicta en el Museo Nacional de Arte Decorativo y la primera sesión es introductoria: cómo se hace un tapiz del cartón al tejido, la historia de ese arte, los estilos por país, lo que incluye una recorrida por el museo para ver cada estilo entre las piezas de su acervo. La semana siguiente se pasa a las técnicas de identificación, conservación y restauración de piezas, nuevamente con ejemplos presentes en el Museo.

La tercera clase pasa a las alfombras, detallando técnicas, materiales y orígenes por país, mientras que la cuarta se concentra en identificación de origen, cuidados y limpieza. Ambas sesiones se ilustran con piezas del poco conocido acervo de alfombras del Museo.

La inscripción al seminario es gratuita. Informes en Aubusson, 4811-0987, *www.aubusson.com.ar* o en el Museo, 4802-6606, 4801-8248, *www.mnad.org*



GUSTAVO MUJICA